

Н.Ю. ЄРШОВА, к.е.н., доцент НТУ «ХП»

ТЕХНІКА ДИСКРИМІНАНТНОГО АНАЛІЗУ: ГРУПУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ З МЕТОЮ ОЦІНКИ СТРАТЕГІЧНИХ ПЕРСПЕКТИВ ПРИ ПРОВЕДЕННІ БЕНЧМАРКІНГУ

Бенчмаркінг виступає як один з сучасних методів контролінгу на підприємстві, який здійснюється в рамках конкурентного аналізу, хоча і є більш деталізованою, формалізованою й упорядкованою функцією, чим метод конкурентного аналізу. Основна його мета – виявлення негативних відхилень у значеннях порівнюваних показників і причин таких відхилень та розробка пропозицій щодо їх ліквідації. Сформулюємо етапи аналітичного процесу бенчмаркінгу:

- визначення функціональних областей для аналізу,
- визначення факторів і змінних, які будуть аналізуватися,
- відбір лідерів галузі й поза нею в розрізі перших двох пунктів,
- порівняння показників лідерів із власними показниками для визначення розривів,
- розробка та впровадження програм дій для ліквідації цих розривів, моніторинг.

Реалізація етапу бенчмаркінгу - порівняння показників лідерів із власними показниками для визначення розривів - передбачає застосування різних методів одне- і багатовимірного групування об'єктів та виділення серед них груп (категорій, класів), які є стратегічно важливими. Аналітик повинен згрупувати конкурентів виходячи з того, що стратегічним пріоритетом компанії є боротьба за лідерство в галузі. Тоді, найпростішим

варіантом поділу конкурентів буде виділення групи лідерів і групи інших фірм, які не претендують на лідерство. Деталізацією цього групування може бути виділення окремих груп членджерів (послідовників) і фірм-новачків. Серед методів, які допомагають при проведенні групування можна назвати дискримінантний аналіз. Дискримінантний аналіз ставиться до методів багатомірної класифікації. У ході дискримінантного аналізу нові кластери не утворюються, а формулюється правило, за яким нові одиниці сукупності ставляться до одного із існуючих класів. Підставою для віднесення кожної одиниці сукупності до певної безлічі служить величина дискримінантної функції, розрахована за відповідним значенням дискримінантних змінних. Основними проблемами використання дискримінантного аналізу при проведенні бенчмаркінгу є, по-перше, визначення набору дискримінантних змінних, По-друге, вибір виду дискримінантної функції. Існують різні критерії послідовного відбору змінних, що дозволяють одержати найкраще розрізнення безліч. Можна також скористатися алгоритмом покрокового дискримінантного аналізу. Після уточнення оптимального набору дискримінантних змінних дослідникові треба розв'язати питання про вибір виду дискримінантної функції. Найчастіше на практиці застосовують лінійний дискримінантний аналіз. У цьому випадку дискримінантна функція являє собою або пряму, або площину (гіперплощину). Лінійна дискримінантна функція не завжди підходить у якості опису поділяючої поверхні між безліччю. Наприклад, у тих випадках, безлічі, що розрізняються коли, не є опуклими, правомірно припустити, що дискримінантна функція, що приводить до найменших помилок класифікації, не може бути лінійною.

Список використаних джерел: 1. Редченко К.І. Бенчмаркінг як інструмент стратегічного аналізу / К.І. Редченко // Наукові записки. Зб.ю наук. праць. Вип. 11, ч.2 – Тернопіль, 2002. – С. 176-183. 2. Эконометрика и эконометрическое прогнозирование. Мухамедиев Б.М. Алматы. 2007г. 3. Многомерные статистические методы. Дубров А.М., Мхитарян В.С., Трошин Л.И. Москва. 2003г.